

УДК 339:334.735

В. Ф. Бык (byk@bteu.by),*кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации***Н. Л. Каунова** (Natalyakaunova@mail.ru),*старший преподаватель
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации***Т. В. Бондарева** (tatbon2013@ya.ru),*старший преподаватель
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации***К. И. Каунов** (Natalyakaunova@mail.ru),*аспирант
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации*

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены понятийный аппарат товаропроводящих систем, влияние логистики на товароснабжение розничной сети потребительской кооперации, проведена оценка состояния инфраструктуры товароснабжения и материальных потоков розничной торговли в системе Белкоопсоюза, обобщен современный зарубежный опыт организации товароснабжения розничной торговли, предложена логистическая модель товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.

The article deals with the conceptual apparatus of commodity distribution systems, the impact of logistics on the retail supply network of consumer cooperatives. The state of commodity supply infrastructure and retail trade material flows in the Belcoopsoyuz system have been assessed. The modern foreign experience in organizing consumer cooperatives retail supply in the Republic of Belarus has been summarized.

Ключевые слова: товароснабжение; товародвижение; розничная торговля; логистика в потребительской кооперации.

Key words: commodity supply; movement of goods; retail; logistics in consumer cooperatives.

Введение

Развитие потребительского рынка Республики Беларусь на современном этапе характеризуется постоянно изменяющимися условиями работы как для производственных предприятий, так и для торговых организаций. Растет число рыночных субъектов, в том числе и за счет зарубежных торговых структур, усиливается конкуренция, повышаются требования потребителей, все более либеральными становятся условия хозяйствования. В связи с этим перед потребительской кооперацией как важным социально-экономическим сегментом жизни страны стоят задачи качественного улучшения своей деятельности, в том числе за счет совершенствования инфраструктуры, участвующей в организации процесса товароснабжения.

Организованный на должном уровне процесс товароснабжения и надлежащий его контроль являются основанием для выполнения плана розничного товарооборота и его развития. В свою очередь розничный товарооборот является важнейшим показателем, характеризующим деятельность торговой отрасли системы потребительской кооперации.

Концепцией развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы предусмотрено увеличение темпа роста розничного товарооборота торговли за 2016–2020 годы в целом по Белкоопсоюзу до 106,7%; рост товарооборота в расчете на 1 обслуживаемого жителя на 12,8%, в том числе сельского – на 16,7%; доведение удельного веса товарооборота потребительской кооперации в общем объеме товарооборота торговли через все каналы реализации в 2020 году до уровня не менее чем 6,6%.

Исследование понятийного аппарата товаропроводящих систем

В современной экономической литературе приводятся различные трактовки определения экономических категорий «товароснабжение» и «товародвижение». В данной публикации приведем наиболее короткие, но выражающие, на наш взгляд, основную сущность этих двух понятий, приведенных в Государственном стандарте Республики Беларусь (СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения») и Государственном стандарте Российской Федерации (ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»): «...*товароснабжение*: система мероприятий по доведению товаров от производителя до мест продажи или потребления», «...*товародвижение*: процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления».

Таким образом, применительно к теме исследования, товароснабжение – это процесс обеспечения розничных торговых предприятий товарами в необходимом объеме и ассортименте путем реализации организациями потребительской кооперации комплекса коммерческих, организационно-технологических и юридических операций. Товародвижение же представляет собой процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до торговых залов предприятий розничной торговли или до внерыночных потребителей. Поскольку подавляющая часть товарной массы реализуется в розничной торговой сети, товародвижение прежде всего должно быть направлено на организацию эффективного товароснабжения магазинов. Значит, *в общем плане экономическая категория «товароснабжение» шире понятия «товародвижение»*, так как работа по рациональной организации товароснабжения объектов розничной торговли начинается значительно раньше, чем произведенные товары начнут свое движение от производителя к конечному потребителю.

Организация товароснабжения розничной сети включает в себя: определение потребности в некоторых товарах; поиск и выбор наиболее выгодного с экономической точки зрения поставщика (поставщиков) этих товаров; заключение договоров (сделок) с выбранными поставщиками; выбор метода доставки товаров в магазины; контроль за ходом выполнения договоров; приемку и размещение товаров в торговом зале. Таким образом, товароснабжение в торговле представляет собой комплекс торгово-оперативной деятельности торговых организаций, основной целью которого является создание широкого и устойчивого ассортимента товаров в магазинах. Важнейшими принципами рациональной организации и технологии товароснабжения являются планомерность, ритмичность, оперативность, централизация, технологичность, экономичность.

Влияние логистики на товароснабжение розничной сети потребительской кооперации

В связи с тем, что система потребительской кооперации Беларуси в целом представляет собой единую общереспубликанскую торговую организацию, мы можем в контексте целевой установки проводимого исследования опираться на рассмотрение розничной торговой сети как «основанной на логистических принципах торговой организации, объединяющей в единую структуру объекты розничной торговли, находящиеся под общим управлением. Такие сети имеют одного владельца и единый контролирующий орган за деятельностью всех магазинов, входящих в сетевое образование» [1, с. 45].

Розничным торговым сетям, которые являются буферным элементом системы товародвижения, для эффективного функционирования необходимо совместно с поставщиками и потребителями управлять ключевыми бизнес-процессами на всех этапах перемещения товара по рыночной цепи, что соответствует потоковой концепции, основой которой является нахождение динамического баланса во взаимодействии предприятий сфер производства и потребления. В связи с этим, систему взглядов на оптимизацию торговой деятельности посредством рациональной организации потоковых процессов отражает логистика.

Розничная торговля и логистика имеют непосредственное отношение к доступности и отсутствию дефицита какой-либо продукции в местах ее реализации. Во многих исследованиях задача логистики определяется посредством соотношения параметров доставка – место – время с понятием «нужный»: «доставка нужной продукции в нужное место и нужное время». Однако специфика функционирования сетевой розничной торговли требует корректировки такой трактовки задач, стоящих перед логистическими аспектами ее деятельности в силу следующих моментов: измени-

лось соотношение сил участников логистической цепи в том, что сегодня именно организации розницы являются инициаторами разработки новых товаров, которыми ранее являлись производители; розничная организация в условиях жесткой конкуренции должна быстро реагировать на нестабильный покупательский спрос, что влечет за собой необходимость внедрения передовых информационных технологий, эффективного управления товарными запасами, а также сокращение участников цепи поставок. Основное внимание розничная торговля уделяет созданию ценностей для потребителя посредством оптимального предложения товаров, создания позитивной атмосферы и снижения риска при совершении покупок, удобства самого процесса покупок, а также снижения цен при контроле затрат; стремление удержать относительно низкий и стабильный уровень продажных цен при обеспечении высоких стандартов обслуживания потребителей, торговые предприятия активизируют поиск направлений и способов снижения общего уровня логистических издержек в цепи поставок [2, с. 15].

Из сказанного в данном подпункте можно выделить то, что целью формирования и оптимизации цепей поставок розничных сетей является обеспечение доступности товара, необходимого для удовлетворения своих требований и предпочтений в определенные потребителем временные рамки при приемлемых затратах, т. е. формирование потребительской ценности. Причем формирование таких цепей поставок может происходить с учетом того, что розничные организации выполняют функции фокусной (центральной) компании, являющейся инициатором формирования и контролирующей деятельность всей цепи поставок, а также ориентируются на развитие собственных сетей первичного распределения (поставщик – распределительный центр) посредством рационализации всех бизнес-процессов товароснабжения [3, с. 187].

Оценка состояния инфраструктуры товароснабжения розничной торговли в системе потребительской кооперации

Организационно-экономическая модель товароснабжения розничной торговли в потребительской кооперации Республики Беларусь построена по территориально-отраслевому принципу, имеет двухуровневое линейно-функциональное построение: республиканский опт – областной опт. Несовершенство стратегии и тактики развития субъектов оптовой и розничной торговли, а также разрозненность их действий на рынке оптовых закупок не позволяли применить в полной мере имеющийся потенциал потребкооперации как полисистемного образования.

Первые шаги по рационализации организации процессов товародвижения и товароснабжения розничной торговой сети сделаны потребительской кооперацией 1 апреля 2014 года путем создания оптово-логистического центра (ОЛЦ) на базе унитарного предприятия «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза» (проведена реорганизация трех оптовых республиканских предприятий: ОЛЦ Белкоопсоюза, ТУП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», УП «Белкоопвнешторг»), выполняющего функции оптового оператора по закупке и поставке импортных товаров, включающего региональные распределительные центры (склады) на действующих оптовых базах, интеграцию районных торгово-распределительных складов. С целью достижения максимальной эффективности логистики и мобильности в поставке товаров на базе имеющихся складских площадей областных оптовых предприятий созданы региональные оптовые подразделения в г. Витебске, г. Бресте, г. Полоцке, г. Кричеве, г. Молодечно и г. п. Новоельня (Гродненская обл.). За каждой логистической площадкой были закреплены торговые представители и региональные менеджеры, в сферу ответственности которых входит взаимодействие с розничными торговыми организациями [4].

Помимо оптово-логистического центра (республиканский уровень) по состоянию на 2016 год в системе потребительской кооперации функционировало 12 областных баз во всех областных потребительских союзах, за исключением Гродненской области, которые в перспективе предусматривалось преобразовать в филиалы ОЛЦ, а также ликвидировать распределительные склады районных потребительских обществ. Однако по настоящее время перестройка областных оптовых организаций не осуществлялась.

Анализ состояния розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь за 2012–2017 годы свидетельствует о том, что количество розничных торговых объектов ежегодно сокращается (исключение составляет 2015 год) – количество магазинов уменьшилось на 1 575 единиц, соответственно, торговая площадь магазинов потребительской кооперации сократилась на 118,7 тыс. м², или на 12,1%. В связи с этим, удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в торговой площади магазинов по Беларуси уменьшился на 7,9%. Такая ситуация наблюдается на фоне роста количества розничных торговых объектов по республике в целом. За указанный период темп роста количества розничных торговых объектов по республике составил 130,4% (на конец 2017 года – 62 333 ед.).

Важнейшей отличительной особенностью в деятельности торговой отрасли потребительской кооперации Беларуси, организации товароснабжения розничной торговой сети является то, что значительная часть магазинов расположена в сельских населенных пунктах. Это также создает определенные трудности и проблемы, которые влияют на результативность работы системы. За анализируемый период удельный вес количества магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, в общем количестве магазинов потребительской кооперации составлял в 2012 году 57,1%, в 2017 – 66,9% (5 437 ед.). Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации, расположенных в сельской местности, в торговой площади по республике, соответственно, составлял в 2012 году 18%, в 2017 – 8,4% [5].

В связи со сложившейся ситуацией, необходимо особое внимание уделять организации процесса товароснабжения. От этого будет зависеть реализация социальной функции торговой отрасли потребительской кооперации – удовлетворение спроса населения и, в первую очередь, жителей сельских населенных пунктов.

Последовательно проводимая работа по совершенствованию организационной структуры управления системы потребительской кооперации позволила за исследуемый период реорганизовать 67 юридических лиц и их структурных подразделений, филиалов, оптимизировать штатную численность работников в целом по системе на 15,1 тыс. единиц, в том числе руководителей и специалистов – на 1,8 тыс. единиц (по состоянию на начало 2017 года в Белкоопсоюзе насчитывалось 327 юридических лиц).

Вместе с тем, потребительской кооперации присущи достаточно инерционные явления, из которых наиболее очевидны излишняя централизация, дублирование управленческих функций по уровням управления, несовершенство коммуникаций. В целях преодоления этих недостатков Правлением Белкоопсоюза предложено, по примеру российских коллег, создание *закупочных комитетов*, которые могли бы взять на себя ответственность за предоставление производителями при заключении договоров наиболее выгодных для системы потребкооперации условий поставки товаров. В компетенцию *центрального закупочного комитета* должны входить наиболее масштабные закупки товаров. Причем на закупочные комитеты возложены обязанности по работе не только с товарами для торговли, но также и по сырью, например, для кооперативной промышленности – муке, сахару, другим ингредиентам. Важная роль отводится управлению торговли Белкоопсоюза, сотрудники которого должны взять на себя отработку вопросов по закупке на конкретных предприятиях с последующим информированием членов закупочных комитетов для принятия окончательного решения [6].

Оценка структуры материальных потоков товароснабжения розничной торговли в Белкоопсоюзе

Основной качественной и количественной характеристикой материального потока товароснабжения розничной сети Белкоопсоюза является розничный товарооборот и его структура.

Результаты анализа показателя розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Беларусь в фактически действовавших ценах за 2012–2017 годы свидетельствуют, что его темп роста за этот период составил 126,2%, при этом наблюдается устойчивая тенденция снижения индекса физического объема розничного товарооборота в сопоставимых ценах в процентах к предыдущему году. В 2017 году индекс составил 90,6%, с 2014 года данный показатель ниже 100%.

Наблюдается устойчивая тенденция сокращения доли рынка потребительской кооперации. Удельный вес розничного товарооборота потребительской кооперации в общем объеме розничного товарооборота торговых организаций Республики Беларусь в 2017 году составил 6,24%, что на 4,46% ниже показателя 2012 года.

В структуре розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Беларусь преобладают продовольственные товары. Их удельный вес на протяжении всего анализируемого периода составляет более 80%, а в 2017 году он составил 89,7%. Такая структура розничного товарооборота будет оказывать влияние на организацию процесса товароснабжения и определять определенную его специфичность.

В 2016 году доля централизованной доставки товаров от поставщиков составила 70,4% в оптовом товарообороте Белкоопсоюза, в том числе, в структуре по облпотребсоюзам: Брестский – 4,5%; Витебский – 4,7; Гомельский – 22; Минский – 13; Могилевский – 34,4%.

Удельный вес оптового звена в поставках товаров в 2014 году составил 26,0%, в 2015 году – 25,1 и в 2016 году – 20,5%. Удельный вес в поставках товаров организациям от оптово-логистического центра Белкоопсоюза за этот период вырос с 11,5% до 13,8% [7].

Зарубежный опыт организации товароснабжения розничной торговли

В последние годы процессы в системах товароснабжения зарубежных стран подверглись изменениям. Указанные страны практически отказались от сложившейся многозвенной и многоканальной системы товароснабжения, так как современная структура на основе оптовых организаций перестала поддерживать ее эффективный процесс. Розничные организации прибегают к помощи посреднических распределительных либо транспортных фирм взамен обычной схемы товароснабжения через закупочные розничные объединения или оптовые организации. Супермаркеты заказывают многие товары по каталогу, в большинстве случаев формированием диапазона товаров занимаются специально выделенные для этого работники – так называемые посредники-эксперты, которые формируют ассортимент непродовольственных товаров в магазине, корректируют и определяют наименьший товарный резерв по каждому товарному артикулу, организуют грамотную выкладку товаров, складирование, дают обширные товароведческие консультации предприятиям розничной торговли.

Функцию поставщиков за рубежом часто осуществляют промышленные компании, которые в свою очередь, создают свои фирмы сбыта. Например, система товароснабжения США может «существовать» в трех формах. По регионам создаются свои фирмы или офисы продаж по сбыту продукции. Розничная торговля сама по себе осуществляет оптовые закупки товаров в промышленности (до 60% непродовольственных товаров массового потребления приходится на розничную торговлю). Создаются специализированные фирмы в розничной торговле, которые занимаются товароснабжением и закупкой для себя. Доля розничной торговли в США в общем товарообороте составляет около 50%, в Германии – 60%, в Японии – 80% [8].

Поставки товаров в розничную торговлю в Японии осуществляются только специализированными первичными и вторичными фирмами. Первичные фирмы – это большие компании, связанные с промышленностью и занимающиеся товароснабжением крупных универмагов и сетей супермаркетов. Вторичные (узкоспециализированные) фирмы получают товары от первичных и доставляют их в небольшие магазины. Во Франции существует большое многообразие торгово-закупочных объединений и центров, осуществляющих товароснабжение магазинов определенного ассортиментного профиля: непродовольственных и продовольственных товаров либо одна группа служб по обслуживанию только супермаркетов и т. п. В таких центрах обширно распространены склады самообслуживания площадью 400 – 1 500 м [9].

Данные меры по улучшению организации товароснабжения объектов розничной торговли принимаются в развитых странах в условиях жесткой конкурентной среды. Изучение их опыта может позволить торговле потребительской кооперации Беларуси в условиях перехода к рыночным отношениям избежать просчетов в организации товароснабжения. Поэтому, исходя из сказанного, можно предложить, чтобы современная модель товароснабжения розничной торговли Белкоопсоюза включала в качестве основных поставщиков социально ориентированные предприятия, поставляющие продукцию населению и организациям розничной торговли; оптовые организации, ориентированные на товароснабжение граждан с ограниченным доходом, а сами звенья и элементы модели могли бы сочетать в себе два направления: первое – оптовые организации исполняют функции товароснабжения розничного звена, в то же время реализуя товары непосредственно населению по сниженным ценам; второе – розничные организации могут принимать на себя отдельные функции товароснабжения, не нарушая общей стратегии Белкоопсоюза.

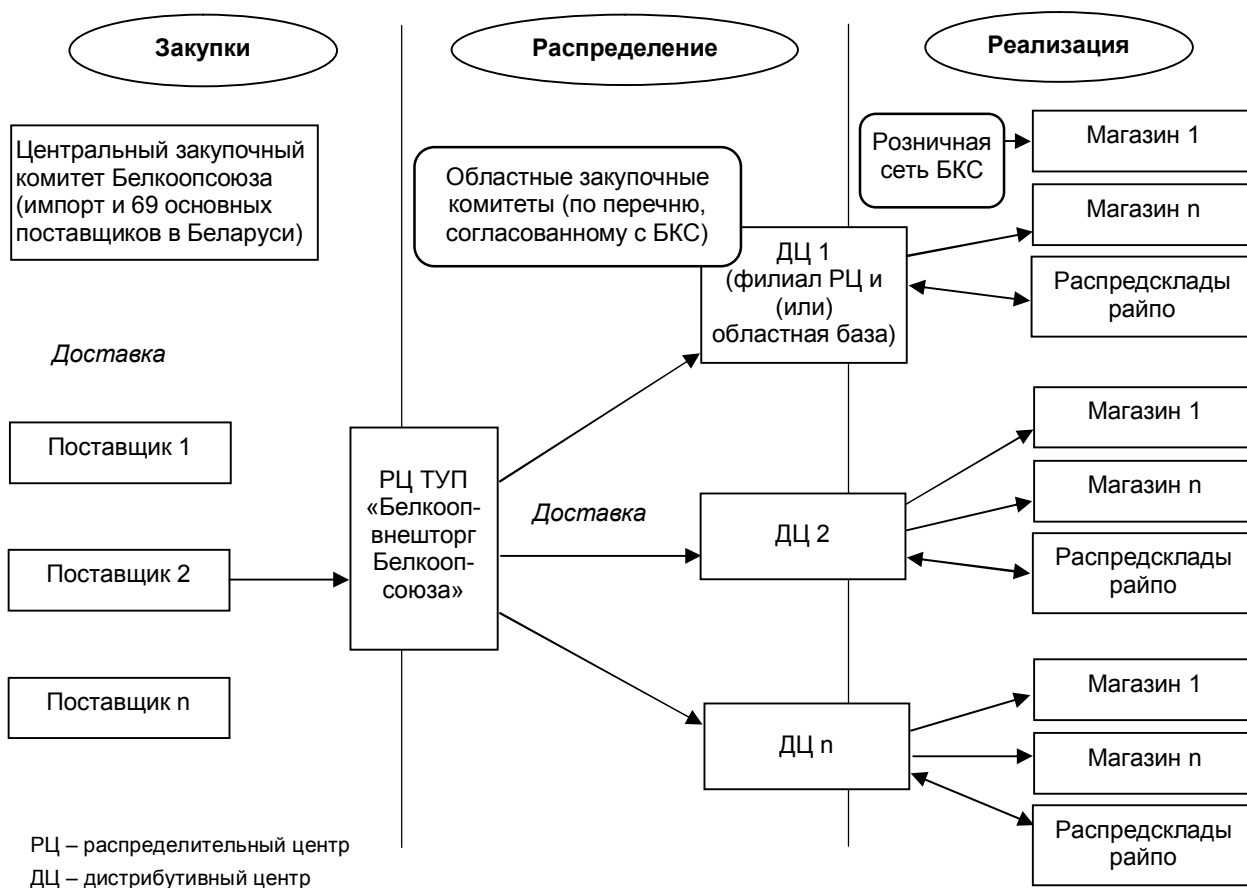
Модернизация логистической инфраструктуры товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь

Логистическая инфраструктура розничной торговой сети характеризуется наличием системы распределения товарных потоков по географическому признаку. При этом можно выделить следующие товарные потоки: потоки товаров, идущие от производителей или поставщиков в распределительные центры; потоки товаров, идущие от распределительных центров в дистрибутивные центры; потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров в магазины сети; потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в магазины сети; потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в дистрибутивные центры; потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров к потребителям.

В настоящее время в потребительской кооперации действуют три схемы товародвижения. Первая схема предусматривает участие унитарного предприятия «Белкоопвнешторг» в закупках и поставке товаров в соответствии с утвержденной специализацией (утверждается постановлением Правления Белкоопсоюза).

Такая система закупки пока не подтвердила свою эффективность, зачастую происходит дублирование по товарам и поставщикам. Практика показала также, что цены на товары, закупаемые ТУП «Белкоопвнешторг», не всегда являются конкурентоспособными.

Проведенное исследование позволило разработать примерную модель логистической инфраструктуры товароснабжения розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь с учетом новаций, внедряемых в системе Белкоопсоюза в последние годы, и международного опыта (рисунок). Организация товароснабжения с использованием предложенной модели позволяет за счет создания закупочных комитетов в Белкоопсоюзе, облпотребсоюзах (ОПС) и облпотребобществе (ОПО), сети региональных филиалов ТУП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», исключить многочисленные звенья на уровне райпо, отдельные областные оптовые базы при продвижении товаров от производителя (поставщика) до розничного торгового объекта (покупателя). Поступление товаров собственного производства из внутрисистемных источников в объекты розничной торговли потребительской кооперации должно осуществляться преимущественно с использованием каналов первого уровня: управляющий орган (ОПС, ОПО, райпо) – распределительный центр (РЦ) – магазины, а поступление товаров от внесистемных поставщиков – с использованием канала распределения второго уровня: распределительный центр (РЦ) – сеть региональных филиалов РЦ – магазины.



Логистическая инфраструктура товароснабжения розничной торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь

Примечание – Источник: составлено авторами по результатам исследования.

Применение логистического подхода в организации товароснабжения позволит осуществлять интеграцию отдельных составляющих товаропроводящей цепи (технической, технологической, информационной, экономической) в единую систему управления информационными и денежными потоками и, как следствие, реализовать перспективные мероприятия по развитию торговой отрасли в соответствии с принятой Концепцией развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы [10].

Заключение

Актуальность проблемы товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Беларуси связана с ужесточением конкурентной борьбы и ухудшением платежеспособности сельского населения. Совершенствование управления товароснабжением розничной кооперативной торговли будет способствовать реализации социальной миссии потребительской кооперации – удовлетворению потребностей населения в товарах высокого качества.

Товароснабжение розничной торговли потребительской кооперации имеет свои особенности, обусловленные многоотраслевым характером деятельности кооперативных организаций, наличием внутрисистемной интеграции, возможностью формирования товарных ресурсов из внесистемных и внутрисистемных источников, спецификой спроса сельского населения. На современном этапе управление товароснабжением с точки зрения логистики становится практически базовым конкурентным преимуществом торговых сетей, позволяя в рамках концепции «точно в срок» снижать логистические затраты на всех этапах движения товарного потока, увеличивать скорость оборота товарных запасов, а значит и денежных средств, обеспечивая рост выручки и прибыли торговых организаций.

По нашему мнению, предложенная в данном исследовании логистическая модель товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь за счет формирования рациональной логистической инфраструктуры будет способствовать процессу повышения эффективности и своевременности поставок товаров в розничную сеть в необходимом объеме и ассортименте, обеспечит ускорение товарооборачиваемости в торговле, позволит снизить издержки обращения и, в конечном итоге, удовлетворить потребности обслуживаемого населения в товарах высокого качества.

Список использованной литературы

1. **Приходько, Е. В.** Материалопроводящие системы как фактор развития розничных сетей / Е. В. Приходько // Вестн. молодых ученых Самар. гос. экон. ун-та. – 2014. – № 1 (29). – С. 132 – 136.
2. **Ковалев, К. Ю.** Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть / К. Ю. Ковалев, С. А. Уваров, П. Е. Щеглов. – СПб. : Питер, 2007. – 272 с.
3. **Евтодиева, Т. Е.** Развитие форм организации логистики: теория и методология: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Т. Е. Евтодиева. – Самара, 2012. – 404 с.
4. **Бык, В. Ф.** Логистические центры как фактор повышения эффективности товародвижения в логистических цепях / В. Ф. Бык // Потребит. кооп. – 2016. – № 2. – С. 23–34.
5. **Данные** о наличии розничной торговой сети (оперативная отчетность) – Минск : Белкоопсоюз, 2017. – 8 с.
6. **Рудницкий, А.** Со своим уставом к поставщикам не ходят / А. Рудницкий // Вести потребкооп. – 2017. – 10 нояб. – С. 2.
7. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 225 с.
8. **Маклаков, Г. В.** Эффективность коммерческой деятельности : моногр. / Г. В. Маклаков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 232 с.
9. **Ньюман, Э.** Розничная торговля : учеб. пособие / Э. Ньюман, П. Кален. – СПб. : Питер, 2012. – 416 с.
10. **Об утверждении** концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.

Получено 02.11.2018.